

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

РЕФЕРАТ

Дисциплина: Практикум по финансам и кредиту 1

Тема: «Финансовые инновации и рынок инновационных финансовых продуктов»

Выполнил: студент группы

ЭСК – 1121(2)

Коломыцева В.В.

Омск 2023

Содержание

| | | |
|-----|---|----|
| | Введение | 3 |
| 1 | Финансовые инновации и рынок инновационных финансовых продуктов | 4 |
| 1.1 | Финансовые инновации: сущность и предпосылки | 4 |
| 1.2 | Понятие финансовых инновации | |
| 1.3 | Финансовые инновации как рыночный товар | 10 |
| 2 | Влияние финансовых инноваций на экономику страны | 13 |
| 2.1 | Экономический анализ финансовых инноваций | 13 |
| | Заключение | 15 |
| | Список использованных источников | 16 |

Введение

Финансовые инновации – новые финансовые продукты, технологии и институты – в последние годы оказывают все большее влияние на экономическую деятельность во всем мире.

В последние годы в России наблюдается резкое усиление внимания ко всему, что связано с финансами в широком смысле этого термина: финансовая деятельность предприятий и акционерных обществ, ценные бумаги, функционирование банков, бирж, страховых компаний, пенсионных фондов и т.п. Повышается заинтересованность в получении экономического и, особенно, финансового и банковского образования. Резко активизировалась работа по переводу и изданию на русском языке зарубежной финансовой литературы. Появляются работы и отечественных авторов в рассматриваемой области.

Несмотря на существенно увеличившийся поток финансовой информации (в печатном и электронном виде) для российского пользователя, он намного меньше, чем “океан” мировой экономической информации, которая поступает в распоряжение специалистов, преподавателей и студентов в зарубежных странах. Но одна важная область представлена совершенно недостаточно. Эта область – финансовые инновации.

Поэтому финансовые инновации являются на сегодня актуальной темой, которая требует подробного изучения, развития, анализа и дальнейшего применения на практике с целью улучшения финансового сектора экономики.

Задачей реферата является рассмотрение финансовых инноваций как самостоятельной экономической категории, действующих на финансовом рынке со всеми своими особенностями.

Цели работы: во-первых, раскрыть понятие финансовых инноваций, их сущность и предпосылки, во-вторых, привести экономический анализ финансовым инновациям, выявить влияние рассматриваемого явления на экономику страны.

Объектом исследования в работе являются финансовые инновации. Предмет исследования – рынок финансовых инноваций как самостоятельный сектор общего финансового рынка.

В реферате представлены две главы: финансовые инновации: сущность и предпосылки и влияние финансовых инноваций на экономику страны. В первой главе представлены основные моменты и понятия, характеризующие данное явление. Вторая глава раскрывает последствия нововведений, приводит экономический анализ инновациям.

Содержание данной работы составляет как теоретическая основа, так и практическая. В качестве практической основы выступают примеры, которые позволяют более наглядно понять рассматриваемое явление. Теоретическая основа представлена учебной и периодической литературой, а также информацией из Internet. Приложение включает таблицы и схемы, которые позволяют четко проследить сущность и важность финансовых инноваций.

1 Финансовые инновации и рынок инновационных финансовых продуктов

1.1 Финансовые инновации: сущность и предпосылки

Финансовой инновацией называют новые финансовые инструменты (новые методы работы на финансовом рынке).

25 лет назад большое количество финансовых инструментов, которые сейчас считаются само собой разумеющимися, просто не существовало. Например, текущие счета (такие как NOW=negotiable order of withdrawal (договорной заказ (порядок) изъятия), текущий счёт с выплатой процентов и списанием по безналичным расчётам) не были доступны до 1972 года. Сегодня же количество финансовых инструментов, доступных людям, располагающим различными суммами для инвестирования, резко увеличилось. Увеличилось также число новых финансовых институтов[3].

Примером может служить ситуация, сложившаяся в период кризиса 1979 года в США; который во многом был вызван появлением инновации. Её предложили ПИФы, которые сами были сравнительно новым финансовым институтом. Они приравнивали пай одному доллару, тем самым, позволив вкладываться на любую сумму (в другие ценные бумаги можно было лишь на сумму, кратную номиналу). ПИФы также предложили выдавать кредитные карточки. Разумеется, всё это было чрезвычайно заманчиво, и не могло не вызвать большого притока клиентов. Как следствие – бурное развитие ПИФов. Это привело к перекосу финансового рынка (в сбербанк никто не делал вклады) и страшному финансовому кризису (*ссудосберегательных ассоциаций*), который длился 4 года. Для его устранения была создана специальная ассоциация и даже была отменена сегментация банковского сектора. Одной из лечебных мер стало также создание NOW.

По текущему счёту проценты были равны нулю, но можно было выдавать пластиковую карточку. Параллельно и взаимосвязано с ним заводился р/с NOW на некоторую сумму. Таким образом, открывая счёт, клиент получал карточку с возможностью расплачиваться по ней; при этом образуя на текущем счёте отрицательное сальдо. Моментально, необходимая сумма перечислялась с NOW и восстанавливала нулевое сальдо. Так банки вернули своих клиентов, фактически предлагая те же услуги, что и ПИФы. В конце концов, сегментация была опять введена в 1986 году.

Что же объясняет эти революционные перемены в финансовой системе и распространение новых финансовых продуктов, ставших доступными для потребителей?

Как и в других отраслях экономики, главной целью финансовой индустрии является получение прибыли путём продажи её продуктов. Если, например, мыльная компания увидит на рынке необходимость в моющем средстве для прачечных; то она разработает этот продукт для удовлетворения этой нужды. Также и финансовые институты разрабатывают новые продукты,

как для собственных целей, так и для своих клиентов. Инновации в этой отрасли экономики в основном вызваны теми же факторами, что и в других отраслях[4].

Но нельзя забывать об ещё одной важной причине возникновения новых финансовых инструментов: желании избежать более строгих ограничений, чем те, с которыми сталкиваются фирмы из других сфер экономики.

На примере кредитных карточек рассмотрим основные факторы, влияющие на развитие финансовых инноваций.

Важнейшим фактором является технология. Использование кредитных карточек стало возможным только в результате создания телефонных и компьютерных сетей, а также других, более сложных телекоммуникационных систем, технического оборудования и программного обеспечения для обработки информации. Однако для того, чтобы кредитные карточки стали важной частью современной финансовой системы, фирмы, предлагающие финансовые услуги и находящиеся в постоянном поиске новых возможностей для получения прибыли, должны были быть готовы воспользоваться этой продвинутой технологией. Домохозяйства же и фирмы должны были быть готовы приобретать эти карточки.

В истории инноваций довольно часто случается, что фирма, являющаяся пионером в разработке какой-либо потенциально экономически выгодной идеи, не получает от этого наибольших выгод. Это справедливо и по отношению к кредитным картам. Первой компанией, предложившей использование кредиток в международных поездках, была Diners Club, основанная сразу после окончания второй мировой войны. Успех этой фирмы побудил две другие компании, American Express и Carte Blanche, предложить подобные программы использования кредитных карточек[9].

Фирмы, предлагающие услуги по использованию кредитных карточек (как правило определенный процент от цены покупки), а также в виде процентов, которые выплачиваются за использование кредита владельцами этих карточек(по остатку на счете). Наибольшие расходы таких фирм составляют издержки на проведение операций, убытки вследствие воровства карточек и неспособности их владельцев погашать свои обязательства.

Когда в 50-х коммерческие банки впервые попробовали работать с кредитными картами, то обнаружилось, что они вследствие своих слишком высоких эксплуатационных расходов не могут конкурировать с фирмами, предоставляющими подобные услуги. Однако в конце 60-х эти расходы значительно снизились благодаря развитию компьютерных технологий и банки уже могли составить серьезную конкуренцию таким фирмам. В наши дни лидерами на рынке услуг с использованием кредитных карточек являются две крупные банковские системы: Visa и Master Card, а доля фирм Diners Club и Carte Blanche значительно сократилась.

Текущая потребность в инновации вызывается наличием кризиса хозяйственного или другого процесса и необходимостью немедленной ликвидации этого кризиса за счет нововведений.

Такое нововведение представляет собой *кризисную инновацию*. Главным признаком, определяющим кризисную инновацию, является решение проблемы реализации товара (работы, услуги) в связи с падением спроса на этот товар и уменьшением объема его продажи, а также решение более сложной проблемы — проблемы выживания хозяйствующего субъекта на рынке в условиях жесткой конкуренции[3]. Кризисная инновация направлена на ликвидацию организационного, производственного, экономического или финансового кризиса данного хозяйствующего субъекта.

Стратегическая потребность — это потребность в инновации на перспективу. Она вызвана перспективными прогнозами хозяйственной деятельности, например прогнозами потерь конкурентоспособности товара, падением имиджа хозяйствующего субъекта, возможным его банкротством и т. п. Целью инновации здесь является повышение конкурентоспособности продукта и всего хозяйствующего субъекта в будущем. Такая инновация представляет собой *инновацию развития*[5].

Вид инновации представляет собой совокупность отдельных инноваций, сведенных в единую группу по определенным приметам (знакам), позволяющим отличить эту группу инноваций от других групп. Например, в инновациях, выделенных по целевому признаку, видами инноваций являются кризисная инновация и инновация развития; в инновациях, выделенных по внешнему признаку, видами инноваций являются продукт и операция и т. п.

Вид инноваций включает в себя разные формы инноваций. Форма инноваций — это группа инноваций, объединенных единым способом существования или единой сущностью какого-либо нововведения. Это новая техника, новый товар, новый страховой продукт, новый туристский продукт (тур, круиз, туристский маршрут и т. п.), новая технология производства продукции и т. п.

1.2 Понятие финансовых инноваций

В общей системе инноваций можно выделить финансовую инновацию, т.е. инновацию, которая функционирует в финансовой сфере. Финансовая инновация, так же как и любая другая инновация, делится на кризисную инновацию и инновацию развития; на новый финансовый продукт и новую финансовую операцию (см. схему классификации инноваций, приведенную на рис.1 в прил.).

Как самостоятельная экономическая категория финансовая инновация имеет следующие отличительные особенности:

1. Обязательность продажи нового финансового продукта на рынке финансовых инноваций.
2. Обязательность реализации финансовой операции на рынке или внутри хозяйствующего субъекта.
3. Функциональная зависимость финансовой инновации от времени.

4. Особенность самого финансового продукта, которая выражается, во-первых, в наличии единичного и массового спроса, во-вторых, в функционировании лимитированного и нелимитированного продукта, в-третьих, в существовании продукта в форме имущества и в форме имущественных прав[7].

Обязательность продажи нового финансового продукта или операции означает, что если продукт или операция не реализованы, то они не являются новыми. Их просто нет.

Зависимость финансовой инновации от времени означает, что каждая инновация имеет свой жизненный цикл.

Экономическая сущность финансовой инновации выражается в следующем.

Финансовая инновация — это реализованный в форме нового финансового продукта или операции конечный результат инновационной деятельности в финансовой сфере[7].

Содержание финансовой инновации составляют новые финансовые продукты и новые финансовые операции.

Финансовый продукт представляет собой материальную часть оформленной услуги финансового института. Финансовый продукт имеет вид вещи (т. е. осязаемую форму), предназначенную для продажи на финансовом рынке. К финансовому продукту относятся ценные фондовые бумаги, монеты из драгоценных металлов, пластиковая расчетная или кредитная карта, договор банковского счета, пенсионный полис, объект недвижимости и т. п.

Новый финансовый продукт бывает:

- 1) массовый;
- 2) единичный.

Единичный финансовый продукт — это индивидуальный продукт. Как вещь он имеет характерные, только ему присущие особенности, которые выделяют его среди других продуктов. Другими словами, единичный финансовый продукт есть разновидность какого-либо финансового актива или продукта. Например, конкретная монета из конкретного драгоценного металла, янтарь, конкретная недвижимость, акция эмитента — конкретного хозяйствующего субъекта, облигация эмитента — конкретного хозяйствующего субъекта.

Единичный финансовый продукт имеет четко определенный круг своих покупателей. Поэтому он выпускается в расчете на конкретных потребителей (нумизматов, тезавраторов, инвесторов).

Массовый финансовый продукт — это продукт без резко выраженной индивидуальности. У него нет особых характерных черт. Массовый финансовый продукт различается только по видам продукта или финансового актива. Он включает в себя облигации государственного внутреннего займа всех видов, банковский депозитный счет, пенсионный полис, страховое свидетельство, опционный контракт, фьючерс и др. Массовый финансовый продукт выпускается в расчете на инвесторов и обычных граждан.

Новый финансовый продукт бывает:

- 1) лимитированный;
- 2) нелимитированный.

Лимитированный финансовый продукт — это продукт, объем или количество выпуска которого строго котируется. Этот объем устанавливается при выпуске продукта. Размер объема (количества) выпуска продукта определяется многими факторами: размером уставного капитала хозяйствующего субъекта, спросом покупателей, наличием единицы самого продукта (объекты недвижимости) и т.п.

К лимитируемым финансовым продуктам относятся акции, облигации, виды кредитных соглашений, объекты недвижимости и некоторые другие продукты.

Нелимитированный финансовый продукт представляет собой продукт, объем (количество) выпуска которого не ограничено никакими квотами. Этот продукт выпускается в расчете на возможного потенциального покупателя. Численность покупателей есть величина неопределенная. Поэтому объем выпуска нелимитируемого финансового продукта не ограничивается никакими нормами и условиями, кроме фактора покупательского спроса.

К нелимитируемым финансовым продуктам относятся: монеты из драгоценных металлов, пластиковые карты, банковские счета, страховые свидетельства, пенсионный полис и др.

Новый финансовый продукт также может быть в форме:

- 1) имущества;
- 2) имущественного права.

Имущество — это вещь, то есть это материальный объект права собственности. Например, деньги, мерные слитки золота; монеты, драгоценные камни, ценные бумаги, земельный участок и др.

Имущественное право означает право владеть, распоряжаться и пользоваться определенным имуществом. К финансовому продукту в форме имущественных прав относятся документы: договор банковского счета, кредитное соглашение, пенсионный полис и т. п.

Финансовая операция (лат. operatic — действие) означает процедуру действий, направленную на решение определенной задачи по управлению финансами. К финансовым операциям относятся формы контроля и учета движения денежных средств и ценных бумаг (заменители денег), методы планирования финансовых показателей, методология составления финансовых планов разных видов (баланс доходов и расходов, план денежных потоков, бюджетирование, оперативные финансовые планы и др.), приемы финансового анализа, формы организации финансовой работы в хозяйствующем субъекте, интерактивное и другое аналогичное инвестирование капитала, мэрджер и другие действия, связанные с попыткой захвата хозяйствующего субъекта (например, действия “инвесторов-стервятников”), действия по захвату новых финансовых рынков.

Финансовые операции как действия имеют неосязаемую форму, т. е. их нельзя потрогать как вещь и поэтому нельзя продать по фиксированной цене. Чтобы быть проданной, финансовая операция должна быть материализована в форму вещи. Формой материализации финансовой операции являются инструкции, правила, методические указания, формулы, графики, т. е. какой-то определенный документ. Этот документ уже является финансовым продуктом, а значит, и объектом купли-продажи на финансовом рынке.

Инновация означает в буквальном смысле что-то новое. Это новое в качестве продукта проявляет себя только в процессе продажи его на финансовом рынке или при реализации внутри хозяйствующего субъекта.

Спрос, предъявляемый покупателем на финансовый продукт или операцию, определяет степень новизны этих видов нововведений.

Если новый продукт, появившийся на финансовом рынке, пользуется спросом и продается, значит, имеются потребители этого продукта. Уровень спроса на новый продукт определяет уровень его полезности, а значит, и степень его новизны.

Любое новое явление связано с категорией “время”.

Категория “время” есть категория жизни в целом и жизни любого экономического, технического, биологического и другого явления.

Время является важным стимулом развития рынка и фактором победы в конкурентной борьбе. опередить время — значит, опередить конкурентов. Тот хозяйствующий субъект, который первым вышел со своей финансовой инновацией и захватил свой сегмент (“нишу”) рынка, быстро создает себе имидж и конкуренту с ним очень трудно бороться.

Продолжительность функционирования инновации на рынке определяется временем ее жизненного цикла.

При продолжительности во времени любое новое явление становится массовым, традиционным, т.е. обычным явлением. Финансовая инновация есть функция времени.

$$И=f(t), \quad (1)$$

где И — финансовая инновация;

t — время, т. е. продолжительность жизненного цикла финансовой инновации;

f— знак функции.

Таким образом, понятие “финансовая инновация” действует только в рамках времени, которые установлены начальной и конечной точкой жизненного цикла данной финансовой инновации. В связи с этим не может считаться финансовой инновацией финансовый продукт или операция, которые являются новыми только для данного финансового учреждения, но которые уже давно реализованы в других финансовых учреждениях.

К финансовым инновациям не могут относиться также незначительные изменения, которые носят частный порядок и не меняют содержания и

сущности финансового продукта или операции. Например, изменение процентных ставок по банковским счетам, сроков банковских депозитов и др.

Таким образом, финансовая инновация по своему содержанию включает в себя:

а) новый финансовый продукт, впервые появившийся только на российском финансовом рынке, т. е. только в одном финансовом учреждении;

б) новый для России зарубежный финансовый продукт, т. е. новый финансовый продукт, появившийся на российском финансовом рынке, но уже давно реализуемый за рубежом на финансовых рынках других стран в соответствии с их конкретными условиями и нормативно-законодательными актами (юрисдикцией);

в) новые финансовые операции.

1.3. Финансовые инновации как рыночный товар

Финансовые инновации продаются на финансовом рынке.

Финансовый рынок — это сложная система. Сложность ее определяется неоднородностью составляющих элементов, разнохарактерностью связей между ними, структурным разнообразием элементов. Это вызывает многообразие и различие элементов системы, множественность критериев их деятельности. Динамичность финансового рынка как системы обуславливается тем, что она находится в постоянно меняющемся составе финансовых активов и их величине, в колебаниях спроса и предложения на них и т. п. Это обеспечивает увеличение и углубление связей финансового рынка как системы с внешней средой и усложняет процесс управления финансовыми активами. Финансовый рынок есть открытая система, так как она обменивается информацией с внешней средой.

Финансовый рынок создается финансовыми институтами: банками, биржами, фондами.

Неотъемлемой частью финансового рынка являются финансовые инновации. *Без финансовых инноваций, как и без наличия конкуренции, финансовый рынок существовать не может.*

Как самостоятельный сектор общего финансового рынка можно выделить *рынок финансовых инноваций*. Эта самостоятельность обусловлена той ролью, которую играют финансовые инновации в хозяйственном процессе, и особым местом рынка финансовых инноваций в общей системе финансового рынка.

Рынок финансовых инноваций носит интегральный характер. Интегральность рынка финансовых инноваций означает его неразрывную связь со всеми финансовыми активами, т.е. его неотделимость от всех видов финансовых рынков в их общей системе. Финансовый рынок как сложная система включает в себя валютный рынок, рынок драгоценных металлов и драгоценных камней, рынок ценных бумаг, денежный рынок, кредитный

рынок, страховой рынок, рынок недвижимости, рынок долгов. В эту же сложную систему финансового рынка входит и рынок финансовых инноваций, образуя тем самым единое целое.

Место рынка финансовых инноваций в общем финансовом рынке определяется также тем, что он имеет дело с новыми товарами, т. е. с новыми финансовыми продуктами и новыми финансовыми операциями. Следовательно, рынок финансовых инноваций — это всегда первичный финансовый рынок.

Как самостоятельный сектор общего финансового рынка рынок финансовых инноваций имеет четкую специфику, которая проявляется в:

- монополизации рынка, вызванной монополизацией нововведений (новшеств);
- бурных темпах развития рынка финансовых инноваций;
- особенностях действия основных законов финансового рынка;
- рискованности инвестиций в финансовые новации, т. е. наличием венчурного вложения капитала в новую сферу деятельности [2, с. 50].

Особенности рынка финансовых инноваций обусловлены следующими моментами.

На рынке финансовых инноваций совершаются сделки с новыми финансовыми продуктами и с новыми финансовыми операциями, т. е. с определенными видами нововведений (новшеств).

Особенностью нововведения как рыночного товара является *относительно небольшая продолжительность жизненного цикла этого нововведения*. После истечения определенного срока нововведение превращается в обычное, т. е. “старое”, традиционное, явление и теряет свою уникальность нового продукта. Интерес покупателя к этому продукту уже пропадает. В течение всего жизненного цикла финансовой инновации процент или инвестор-продавец объективно имеет исключительное право на этот новый финансовый продукт.

Финансовый продукт как новый товар продается в основном только один раз на первичном финансовом рынке.

В большинстве случаев новый финансовый продукт неотделим от покупателя, так как он выпускается для конкретного инвестора-покупателя и часто бывает именованным. Разработанная и реализуемая производителем новая финансовая операция не может быть им запатентована. Но она является ноу-хау этого производителя и поэтому требует монопольных прав на нее. Потеря монополии на эту финансовую операцию означает для производителя и потерю его денег, прибыли, а может быть, и всего бизнеса. Все это объективно заставляет финансовое учреждение как производителя финансовой инновации быть монополистом на рынке финансовых инноваций.

Поэтому монополия финансовой инновации есть явление объективное. Рынок финансовых инноваций без его монополизации не существует.

Вторая черта рынка финансовых инноваций — это его *бурное развитие*. Темпы роста объема реализации финансовых инноваций всегда опережает

темпы роста реализации финансового актива соответствующего звена финансового рынка. Это вызвано действием двух факторов :

1) стимулирующей ролью финансовой инновации в хозяйственном процессе;

2) действием конкуренции на финансовом рынке.

Финансовая инновация служит важным источником привлечения в хозяйственный процесс дополнительных денежных средств и поступления прибыли. Это является стимулом развития как всего хозяйственного процесса, так и создания и реализации новых финансовых продуктов и новых операций.

С другой стороны действия конкурентов заставляют финансовое учреждение заботиться о высокой конкурентоспособности своих продуктов и проводить маркетинговые исследования финансового рынка и постоянно создавать и продавать пользующийся спросом новый финансовый продукт и операцию.

2 Влияние финансовых инноваций на экономику страны

2.1 Экономический анализ финансовых инноваций

Финансирование инноваций всегда связано с риском, т.е. с неизвестностью, принесет ли вложение капитала прибыль или оно будет убыточным? Решающее значение при инновациях имеют селективные риски (от лат. *selektio* — выбор, отбор). Селективные риски — это риски неправильного выбора вида вложений инвестиций в сравнении с другими видами вложения.

Рисковые инвестиции — это венчурный капитал (англ. *venture* — отважиться, рисковать). Венчурный капитал действует по схеме диверсификации капитала. Он инвестируется в не связанные между собой проекты в расчете на быструю окупаемость вложенных средств и высокую норму прибыли капитала (обычно не менее 50 %). Окупаемость капитала означает, что величина притока денег от вложения капитала становится равной величине вложенного капитала. Она измеряется сроком окупаемости капитала, т. е. показывает период времени, необходимый для возмещения первоначальных затрат капитала. Норма прибыли на вложенный капитал — это прибыль, получаемая с одного рубля вложенного капитала.

Любой экономический анализ, объясняющий инновации, должен обратить своё внимание на стимулы, приведшие к появлению новых финансовых инструментов. Экономисты утверждают, что это вызвано желанием максимизировать прибыль. Другими словами, сделаться (остаться) богатым.

Это мнение приводит к простому выводу: изменения в экономической обстановке стимулируют поиск прибыльных инноваций.

Начиная с 1960 года, участники финансовых отношений столкнулись с радикальными изменениями в экономической среде. Уровень инфляции и ставки процентов выросли значительно, и их стало трудно предсказывать; что изменило параметры спроса на финансовых рынках. Бурно развивающаяся компьютерная технология изменила также параметры предложения. Вдобавок, финансовые ограничения стали ещё более строгими. Агенты финансового рынка поняли, что старые методы ведения бизнеса перестали приносить прибыль. Финансовые продукты и услуги, которые они предлагали своим клиентам, никто не покупал. Множество финансовых посредников признало, что они больше не могут приобретать фонды, используя старые финансовые инструменты. Чтобы выжить в новых экономических условиях, финансовые институты должны были изобрести и разработать новые продукты и услуги, которые будут необходимы покупателям и докажут свою прибыльность. Этот процесс назвали *финансовой инженерией*. Таким образом, необходимость была матерью инновации.

Даже владельцы компаний, не пострадавших от финансовой революции, осознали, что эти изменения в экономической среде могут быть использованы

для увеличения их благосостояния. Они начали поиск новых прибыльных финансовых продуктов и услуг. Их усилия произвели на свет большое количество мультимиллионеров и положили начало развитию многих финансовых инноваций, известных нам теперь.

Существует 3 основных вида инноваций: вызванные изменениями в параметрах спроса, параметрах предложения, а также вызванные стремлением избежать ограничений на рынке. Рассмотрим финансовые инновации, вызванные изменениями в параметрах спроса [8].

Самым значительным в последние годы изменением в экономической среде, которое изменило спрос на финансовые продукты, было увеличение непостоянства ставок процента. Например, в 50-х годах процентные ставки на трёхмесячные казначейские векселя колебались от 1% до 3,5%; в 70-х гг. же от 4% до 11,5%. Это непостоянство стало даже ещё более резко выраженным в 80-х гг., когда разброс составлял 5-15%. Большие изменения ставок процента ведут либо к значительным приростам, либо потерям капитала; а также росту неопределённости инвестиций. То есть всегда существует риск не получить обратно затраченные суммы денег (*риск процентных ставок*).

Таким образом, финансовые инновации могут оказывать как положительное влияние на экономику страны (инновации развития), так и отрицательное (кризисные инновации). Что ожидать от нововведения? – этот вопрос интересует многих экономистов и финансистов. Ответ на него и требует экономического анализа финансовой инновации. Но проблема состоит не только в этом. Для новшества необходимы денежные средства, инвестирование. Венчурные инвестиции идут чаще всего на что угодно, только не в высокотехнологичный бизнес. По оценкам специалистов, только около 1% венчурных инвестиций в России идет в развитие высоких технологий. Венчурные инвесторы предпочитают более спокойные сферы приложения капитала. Нежелание поддерживать российские инновации в принципе понятно. Некоторые объясняют это технационализмом иностранных венчурных фондов, их боязнью, что российские инновации могут бросить вызов западным промышленным лидерам на отдельных региональных рынках. Якобы проекты в "традиционных" отраслях ориентированы в основном на внутренний рынок, а high-tech проекты наиболее эффективны только в случае экспорта на международные рынки. Такие мысли, безусловно, отрадны для патриота российской науки.

Известно еще и то, что россияне по-прежнему любят "железных людей", предпочитают традиции инновациям, единство плюрализму, решения властей личному выбору.

Заключение

Подводя некоторые итоги вышесказанному, необходимо заметить, что в рамках данной работы фактически невозможно охватить все положения и проблемы, связанные с финансовыми инновациями.

Финансовые новшества не планируются какими-либо централизованными органами, а возникают в результате действий отдельных предпринимателей и фирм. Основные экономические мотивы, стимулирующие возникновение инноваций в финансовой сфере, в сущности, ничем не отличаются от мотивов, действующих в любых других областях человеческой деятельности. Как заметил Адам Смит, “Каждый индивид стремится использовать свой капитал таким образом, чтобы он приносил наибольшую прибыль. В его намерения, как правило, не входит служение общественным интересам, он обычно даже не знает, насколько способствует их удовлетворению. Его заботит лишь его собственная безопасность и прибыль. Но индивид, стремящийся исключительно к своей собственной выгоде, направляется невидимой рукой (*invisible hand*) к результату, который не входил в его намерения. Следуя своим собственным интересам, он часто способствует развитию общества намного эффективнее, чем если бы он действительно намеревался это сделать”.

То, что благодаря внедрению кредитных карточек международные путешествия стали значительно удобнее и дешевле, ни у кого не вызывает сомнения. Их изобретение и распространение принесло выгоду миллионам людей и способствовало “демократизации” финансов.

Как это случилось? Реферат дает ответ на этот вопрос в первой главе, раскрывая предпосылки возникновения финансовых инноваций. В работе представлены примеры, которые помогают не только лучше усвоить данную тему, но и наглядно осознать всю важность и необходимость финансовых инноваций.

Кредитные карточки – это лишь один из примеров огромного количества финансовых продуктов, разработанных за последние 30 лет, в корне изменивших характер действий людей в экономической сфере. В совокупности все эти инновации значительно увеличили возможности находить эффективный баланс между риском и доходностью, правильно распоряжаться личными инвестициями, а также более точно корректировать свои индивидуальные потребности на протяжении всей жизни, включая накопление средств в течение трудоспособного периода и использование их после выхода на пенсию.

В работе было показано, что финансовая инновация представляет собой самостоятельную экономическую категорию, которая оказывает влияние на финансовый сектор экономики, что является задачей реферата.

Также реализованы цели, заданные в начале работы: во-первых, раскрыты понятие финансовых инноваций, их сущность и предпосылки, во-вторых, приведен экономический анализ финансовым инновациям, выявлено влияние рассматриваемого явления на экономику страны.

Список использованных источников

- 1 Абрютин, М.С. Экономика предприятия: Учебник. М.: Издательство «Дело и Сервис», 2021. -528 с.
- 2 Бочаров В.В. Финансовый инжиниринг. - СПб.: Питер, 2022. - 400 с.: ил. - (Серия «Академия финансов»).
- 3 Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование : учеб. пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. - М. : КНОРУС, 2020. - 226 с.
- 4 Васильева Л. С. Финансовый анализ: учебник / Л. С. Васильева, МВ. Петровская. - М.: КНОССРТ, 2019. - 544 с.
- 5 Гукова, А.В. Финансовые аспекты формирования инвестиционного капитала предприятия/А.В. Гукова, Д.А. Вишенин//Финансы и кредит. - № 8. -2020. -С. 43-46.
- 6 Дарушин И.А. Финансовый инжиниринг. Инструменты и технологии. Монография - М.: Проспект, 2021. - 296с.
- 7 Маршалл Джон Ф., Бансал Випул К. Финансовая инженерия: Полное руководство по финансовым нововведениям: Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 784 с.
- 8 Сохацкая А.Н. Финансовый инжиниринг: конспи. лекций. / Сост. А.Н., Сохацкая, С.И. Винницкий. - Тернополь: ТНЭУ, 2021. - 114 с.